Ta traha estrechamente cu y na beneficio di tur socio incluyendo hotelnan All-Inclusive existente

Aruba Tourism Authority ta para pa un oferta di acomodacion balansa den linea cu interes general di nos pais

ORANJESTAD – Nosisla ta number 1 na mundo ora midi contribucion relativo pa medio di turismo na nos GDP ('Gross Domestic Product'). E contribucion total di turismo pa Aruba su GDP ta 88% y esaki ta cubri mas cu 91% di Aruba su cuponan di trabou (fuente: World Travel and Tourism Council's Travel and Tourism Economic Impact 2015).

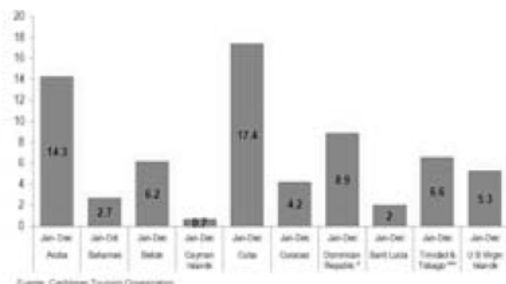
Mirando cu Aruba su entrada ta depende di industria turistico, ta sumamente importante pa maneho como tambe leynan ta esunnan cu miho ta sirbi e interes general di Aruba. Den cuadro di esaki tin actualmente diferente fenomeno importante riba area di oferta di acomodacion cu ta rekeri atencion special. Entre otro e demanda creciente di e proveedornan di acomodacion tipo 'All-Inclusive', pa construi hotelnan nobo of cumpra hotelnan existente, pero tambe e oferta amplio y creciente di acomodacion alternativo. Tur dos ta bay man den man cu demanda den mercadonan tambe pa tipo di oferta asina. Ta esencial pa revisa nos leynan entre otro y sigura cu base legal t'ey pa por acapara aspectonan manera esunnan menciona, debidamente. Considerando esaki, A.T.A. conhuntamente cu Ministerio di Turismo a haci y laga haci e analisisnan necesario pa asina formula accionnan. Cu obhetivo, mantencion di un surtido balansa di tipo di acomodacionnan riba nos isla. Aruba Tourism Authority ta respeta y traha estrechamente cu hotelnan All-Inclusive existente y ta para pa presencia di e tipo di hotelnan aki. Sinembargo A.T.A.ta para pa un oferta di acomodacion balansa y no uno domina door di e producto All-Inclusive, curealisticamente mira lo por representa gran mayoria di e oferta den e situacion actual.

'Destinacion Diversifica' vs. 'Destinacion All-Inclusive'

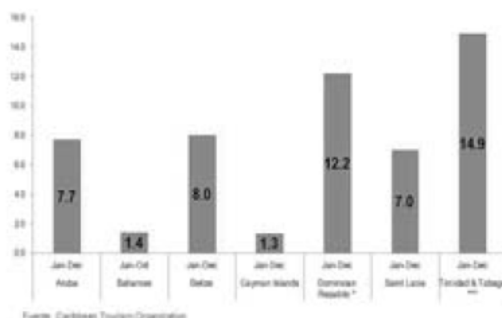
Ta consciente di e demanda y oferta di All-Inclusive fuerte den Caribe. Den caso di Aruba cu un total di 5.500 camber ('transient') y un strategia dirigi riba calidad, Aruba a scoge pa ta selectivo den e bishitante cu ta atrae y basa su mes riba atraccion di un cliente afluente cu un poder di compra mas grandi y cu por laga mas atras. Claro cu esaki mester ta balansa unda tambe ta atrae esnan interesa den All-Inclusive como tambe esnan cu ta considera keda na un asina yama'Non-Beach Front Hotel'. Aruba ta conta actualmente cu 32% di hotelnan ('transient')categorisa como All-Inclusive. Mester remarca cu, cu un base di hotelnan cu ta consisti pa un tercera parti di hotel tipo All-Inclusive, Aruba a bin ta competi fuertemente caba cu otronan unda e representacion di All-Inclusive ta domina. Esaki ta e caso na entre otro Republica Dominicana y Cuba. Ambos destino tin hopi mas volumen di camber pa yena y ta necesario pa nan atrae cantidad (aunke cu mester bisa cu nan ta trata claro di enfoca riba atraccion di calidad tambe). Den practica, e destinacionnan aki ta conta cu un strategia di desaroyo y mercadeo turistico cu ta posiciona nan mes como entre otro un 'Destinacion All-Inclusive'. Den hopi caso e modelo di desaroyo aki ta percura pa un participacion limita di e sector priva y comunidad den industria turistico.
Consecuentemente e turista ta limita na un 'resort experience' y un experiencia minimo di e destino mes.

Aruba a sa di competi fuertemente a base di un oferta di acomodacion balansa

Mester remarca cu Aruba ta e destino cu crecemento mas fuerte despues di Cuba durante 2015. E siguiente grafico ta ilustra crecemento den porcentahe pa diferente destinacion na 2015 compara cu 2014.



Ta consciente cu e mercado di Venezuela ta un contribuyente grandi na e resultadonan aki. Pero mester pone esaki den contexto y p'esey e siguiente grafico ta ilustra e crecemento di Aruba pacu nos mercado primario, esta Merca. Aruba a sa di crece fuertemente na Merca aña pasa. Siendo nos mercado mas grandi esaki sigur a contribui na e resultado fuerte di Aruba den e region Caribense, na 2015.E siguiente grafico ta ilustra crecemento den porcentahe pa diferente destinacion pa e mercado di Merca na 2015 compara cu 2014.



Otro anecdota remarcabel ta resultadonan publica 23 di april 2016 door di Expedia, un di e agencia di biahe online mas grandi y importante pa e region di Caribe. Expedia a comparti su 'Top CaribbeanDestinations 2015' y akinan a resulta di ta na prome luga Punta Cana (Republica Dominicana), Puerto Rico y sigui pa Aruba. Esaki ta ilustra e forsa di Aruba su posicionamento y strategia, cu ta diferencia di otro y ta basa riba otro puntonan di consideracion.

Aruba ta posiciona su mes strategicamente como un 'destinacion cu un oferta di acomodacion diversifica', loual a bin ta duna su frutonan y no a stroba Aruba di a destaca den e area Caribense. Compara cu otro islanan den e region, Aruba tin un balansa entre acomodacion All-Inclusive y otro tipo di acomodacion. E siguiente grafico ta duna un bista di resultadonan pa aña 2009-2015, basa riba entre otro e strategia di tin un oferta di acomodacion balansa. E resultadonan ta indica cu no obstante competencia di otro cu ta dirigi nan strategia na un manera diferente cu esun di Aruba, nos isla ta sigui di ta un competido fuerte den Caribe.

Crecemento Turistico Aruba 2009-2015

	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible] 2009-2015
Stay-over visitor arrivals	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Cruise Passenger Arrivals	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Tourism Receipts (millions in USD)	1.218	1.247	1.347	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]
Revenue per available room (in USD)	[illegible]	132.77	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]	[illegible]

Fuente: Aruba Tourism Authority

E balansa turistico ideal: Desaroya y diversifica, cu beneficio amplio pa un y tur
Un mescla di diferente tipo di acomodacion y bishitantenan a haci Aruba resistente na impactonan/shocknan externo. Un ehempel cla di esaki ta e mescla di timeshare vs e propiedadnan 'European Plan'. E naturalesa di e negoshi di timeshare a percura cu Aruba por mantene un fluho constante di bishitante a pesar di efectonan di impactonan externo den henter e region turistico (y tin biaha hasta globalmente). Ehempelnan ta entre otro e atakenan terorista na NYC riba 11 september ('9/11') como tambe e crisis financiero di aña 2009, unda Aruba a sa di recupera mas lihe compara cu otro destinacionnan, mustrando e hecho cu Aruba simplemente ta mas resistente contra impactonan externo.

A base di analisisnan haci a conclui cu dominio di e producto All-Inclusive ta bay contra di interes general di pais Aruba. Factornan manera menos beneficio pa sectornan manera esun di restaurantnan, watersports, taxinan, car rentals, como tambe wholesalers, ta wordo tuma na cuenta. Mester sigura cu beneficio di e pilar di nos economia ta yega na un y tur. Hecho ta cu den caso di un pakete All-Inclusive, gran parti di e bishitante su vacacion ta pre-paga, incluyendo transporte, estadia, F&B, actividadnan recreacional. E patronchi di gasto di un bishitante All-Inclusive riba nos isla ta diferencia pa es motibonan aki. Mescos cu e beneficio pa otro sectornan, como tambe ingreso pa medio di turismo pa nos pais. Investigacion cu a wordo haci na Turkia a indica cu solamente 10% di e gasto di e bishitante All-Inclusive a toca economia regional (fuente: BBC Fast Track). Segun United Nations Environment Program (UNEP) 'Den mayoria di paketenan All-Inclusive, mas o menos 80% di gasto di e bishitante All-Inclusive ta bay na pago na aerolinea, hotel y companianan internacional, y no na companianan estableci / esnan emplea localmente.

Hecho ta tambe cu e interes di cadenanan All-Inclusive pa establece nan mes aki na Aruba ta grandi.

Continuacion riba pagina 23